



## **BIG M ACCELERE SON EXPANSION INTERNATIONALE AVEC UN MODELE DE DEVELOPPEMENT STRUCTURÉ ENTRE MAROC, SÉNÉGAL ET EUROPE**

Déjà implantée à l'international, BiG M poursuit son développement hors de France avec une stratégie fondée sur la structuration, la maîtrise opérationnelle et l'adaptation progressive des marchés. Après une ouverture récente au Maroc, l'enseigne y porte un plan de développement ambitieux de 30 boutiques, tandis qu'au Sénégal, l'ouverture prochaine d'un troisième point de vente confirme la solidité de son implantation. En parallèle, BiG M prépare son arrivée future en Belgique, au Luxembourg et en Espagne, avec une approche sélective fondée sur la recherche des bons emplacements.



### **Une expansion déjà engagée**

BiG M poursuit son changement d'échelle. Déjà identifiée en France pour sa dynamique de croissance, l'enseigne confirme désormais sa capacité à se développer à l'international avec une approche progressive, structurée et durable.

L'ouverture récente d'un point de vente au Maroc marque une étape stratégique importante pour la marque. Ce marché constitue aujourd'hui un axe prioritaire de développement pour BiG M, qui y prévoit un plan de déploiement de 30 boutiques. Parmi les prochaines villes ciblées figurent déjà Rabat, Casablanca et Marrakech, témoignant d'une ambition claire sur ce territoire.

Au Sénégal, BiG M poursuit également sa montée en puissance avec l'ouverture prochaine d'une troisième boutique, signe d'une implantation qui se consolide dans le temps.

### **Une logique d'implantation sélective**

Cette stratégie de développement repose sur une logique simple : ne pas ouvrir vite, mais ouvrir juste. En Belgique, au Luxembourg et en Espagne, l'enseigne confirme ainsi son intérêt pour ces marchés, tout en assumant une ligne exigeante : tant que le bon emplacement n'est pas trouvé, aucun lancement n'est précipité.

Pour BiG M, l'expansion internationale ne consiste pas à dupliquer un concept de manière automatique. L'enseigne exporte avant tout une méthode, un cadre opérationnel et une expérience de marque.

## **Une offre pensée pour rester fidèle à l'ADN de la marque**

Dans un premier temps, la carte proposée à l'étranger est identique à celle de la France, afin de garantir la cohérence de l'offre et la lisibilité du concept. Dans un second temps, l'enseigne adapte progressivement son offre en fonction des retours clients et des spécificités du marché local.

Cette philosophie illustre la vision franchise portée par BiG M : grandir sans dénaturer la marque, préserver la qualité d'exécution, et construire des implantations capables de durer.

*« Notre ambition n'est pas seulement d'ouvrir à l'international. Nous voulons nous développer de manière intelligente, avec les bons partenaires, les bons emplacements et la bonne lecture de chaque marché. BiG M exporte un savoir-faire, une méthode et une exigence, avec la volonté de rester fidèle à son identité tout en sachant écouter les attentes locales. »*

**Mehdi, cofondateur de BiG M.**

## **À PROPOS DE BiG M**

BiG M, pionnier de la street-food halal, a été lancé en 2019. La marque compte plus de 72 restaurants BiG M à ce jour en France, 2 au Sénégal, 1 au Maroc et 1 en Espagne. Une trentaine d'ouvertures sont prévues cette année, dont de futurs déploiements à l'international. BiG M c'est 2 co-fondateurs, forts d'une longue expérience entrepreneuriale : Mehdi et Yaniss, et un esprit innovant pour concocter de nouvelles recettes ou enrichir la gamme des produits proposés au menu.

[www.bigm-burger.fr](http://www.bigm-burger.fr)

